

La transformación digital de Schneider Electric, reconocida en los premios eCAC40

Schneider Electric se posiciona, una vez más, como una de las mejores compañías del eCAC40, el ranking que valora el progreso digital de las empresas, consiguiendo su puntuación más alta hasta la fecha. Este resultado refleja el éxito de la estrategia digital de la compañía, que fue lanzada hace más de una década y que se refuerza año tras año

Schneider Electric, líder en la transformación digital de la gestión de la energía y la automatización, ha sido reconocido de nuevo como uno de los principales actores de la Transformación Digital dentro del índice bursátil francés CAC40. Schneider Electric ha alcanzado el tercer puesto en el ranking “eCAC40”, publicado anualmente por el principal periódico económico francés, Les Echos. Schneider Electric ha logrado su mayor puntuación hasta la fecha en el ranking – 80,3% -, lo que demuestra el éxito de la compañía a la hora de posicionar la digitalización en el centro de su estrategia y para beneficio de sus clientes.

Desde 2014, Schneider Electric ha estado siempre presente en el Top Ten del ranking eCAC40. La puntuación récord de 80,3% conseguida en esta última edición, con una “competición” cada vez más dura, demuestra que la transformación digital es un imperativo estratégico en todos los sectores económicos. Christel Heydemann, presidente de Schneider Electric France, asegura: “La digitalización está presente en todas partes y, para Schneider Electric, es la clave para mejorar el uso de la energía”. Heydemann añade que, para una compañía global como Schneider Electric que opera en mercados locales, la transformación digital ha facilitado la colaboración multidisciplinaria. Es por ese motivo que en 2017 la compañía evolucionó sus equipos digitales hacia una única visión, Schneider Digital, el eje central de la multinacional en materia de digitalización y desde donde se da forma a unas bases comunes que comparte toda la empresa. Lo confirma Hervé Coureil, Chief Digital Officer de Schneider Electric: “La transformación digital es la única manera de proporcionar coherencia y eficiencia en un grupo internacional en fuerte crecimiento”. Schneider Electric ha triplicado su tamaño desde el año 2000, sobre todo a través de adquisiciones. Su estrategia digital ha posibilitado la optimización de procesos y la implementación en toda la compañía de una estrategia end-to-end centrada en el cliente.

La digitalización en el ADN

En 2009, Schneider Electric lanzó EcoStruxure™, su plataforma y arquitectura IoT, plug-and-play, abierta e interoperable. Ahora enriquecida para cloud y servicios digitales, EcoStruxure™ proporciona más valor en cuanto a seguridad, fiabilidad, eficiencia, sostenibilidad y conectividad. EcoStruxure™ aprovecha los avances en IoT, movilidad, sensores, cloud, analíticas y ciberseguridad para proporcionar innovación en cada nivel, desde Productos Conectados hasta Edge Control, pasando por Apps, Analíticas y Servicios. EcoStruxure™ se ha implementado en más de 480.000 instalaciones, con el apoyo de más de 20.000 integradores de sistema y desarrolladores, conectando más de 1,6 millones de activos que se benefician de los 40 servicios digitales que la empresa ofrece a sus clientes. Gracias a EcoStruxure™, un 45% de las ventas de Schneider Electric en 2017 estuvieron relacionadas con el IoT.

Desde 2011, Schneider Electric ha adoptado progresivamente una herramienta de gestión de relaciones basada en la nube para toda la organización. Desde entonces, Schneider Electric ha visto crecer los beneficios de su estrategia digital, con el objetivo de transformarse de fabricante a proveedor de productos, soluciones y servicios para resolver los retos de los clientes. Su indicador “Digital Net Satisfaction Score” ha aumentado 27 puntos desde que se lanzó.

Evolución digital a largo plazo

Aunque Schneider Electric cuenta con unas bases digitales sólidas, la compañía reconoce que hay que invertir más esfuerzos, sobre todo para ayudar a partners y clientes en su camino hacia la transformación digital. Para permitir este progreso, Schneider Electric estableció una Hoja de Ruta Digital para 2018 alrededor de 6 pilares. Las medidas incluyen la estrategia “Digital + Digitalizar” para explotar nuevas tecnologías que proporcionen soluciones más adaptadas a las necesidades de los clientes, al mismo tiempo que estandarizan y mejoran los procesos hacia la excelencia operacional.

La compañía también ha establecido un Comité Digital a nivel directivo, lo que ha hecho de Schneider Electric una de las primeras compañías de su sector en tener una estructura de alto nivel centrada en temas como la ciberseguridad, la experiencia digital del cliente y el IoT. Otra iniciativa importante ha sido la creación de un “Barómetro Digital” interno, que mide el ritmo de la transformación digital de Schneider Electric mes a mes, asegurando la continuidad a largo plazo de su evolución digital.

Datos de contacto:

Prensa Schneider Electric
935228600

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Premios](#) [Otras Industrias](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>